



“LA GRANDE BELLEZZA ... TAGLIATA A METÀ”

LINO ENRICO STOPPANI, presidente FIPE

● OTTOBRE

Tra le cose che recentemente hanno infastidito tutti, vanno messe le polemiche sui cosiddetti **‘scontrini gonfiati’**, con le **maldestre furberie di alcuni operatori** che hanno applicato maggiorazioni rispetto al prezzo base di alcuni articoli somministrati, con 2 euro di supplemento per un piattino per la condivisione o per il taglio a metà di un toast e altri casi simili.

Sono polemiche certamente dannose per il settore, e anche per l'immagine del nostro Paese, sulle quali FIPE-Confcommercio non ha inizialmente deciso di commentare, non perché condividesse le critiche, ma perché aveva ritenuto più opportuno **non amplificare episodi che riteniamo non rappresentare e tantomeno caratterizzare il mondo dei Pubblici Esercizi.**

Lasciate decantare le polemiche, tuttavia, è utile interrogarsi sugli episodi e le reazioni scatenate. Emerge innanzitutto un **profondo rammarico verso i colleghi interessati** dagli episodi, perché in **un'epoca in cui è giustamente pretesa trasparenza** e ci si confronta con un consumatore tanto attento quanto dotato di mezzi di diffusione di ogni informazione, **comportarsi nei modi denunciati non è soltanto sbagliato, ma anche poco intelligente. Il sospetto, e il timore, è che questi atteggiamenti poco lungimiranti siano sintomi della miopia del ‘profitto immediato’** che non dà speranze ad imprenditori incapaci di coltivare il vero patrimonio di qualsiasi azienda, costituito dalla propria clientela.

In questo caso, **le note difficoltà dei Pubblici Esercizi italiani**, che faticosamente provano a risalire la china in cui la pandemia prima, e l'inflazione dopo, li ha sprofondati, erodendo o addirittura cancellando i margini operativi, **non sono una scusa.**

In fondo, **un semplice sforzo di trasparenza** (precisando nei listini le maggiorazioni richieste) e, ancor più, davanti ad una contrazione dei margini, **un ripensamento dei propri prezzi non metterebbe in discussione la serietà dell'imprenditore.** Anche perché, non lo dimentichiamo, bar e ristoranti si chiamano **‘pubblici esercizi’ e nel nome c'è più di una professione, c'è una missione: quella del servizio come vocazione.** Questo non signifi-

ca che il servizio non vada remunerato, ma dare alla “cortesia” un prezzo non fa onore alla categoria.

D'altro canto, però, **il livello di indignazione di chi ha riportato o commentato le notizie, appare portatore di un italianissimo e peculiare pregiudizio.** Tutti sanno che se si chiede qualcosa in più, normalmente si paga anche qualcosa in più, in ogni attività.

Tuttavia questo basilare concetto economico non vale per i Pubblici Esercizi, per i quali prezzo e valore non devono non si sa come andare di pari passo. Storicamente in Italia siamo stati abituati a mangiare bene fuori casa a prezzi inimmaginabili per la stessa qualità all'estero, per cui ogni servizio aggiuntivo deve essere preteso come cortesia. **Senza nessun sforzo, cioè, per comprendere che quella cortesia ha comunque un costo aggiuntivo per l'Esercente, ma però con la mano pronta ad usare la social vox per scatenare un uragano di diffamazione.**

Allora, questi episodi sono diventati in poco tempo l'emblema della sciatteria, del pressapochismo o dell'egoismo che danneggiano l'immagine del Paese.

Se il mondo, però, è ancora innamorato del nostro Paese, e lo testimoniano altre cronache estive che riportano le immagini del jet set internazionale gaudente e felice nei locali delle nostre più rinomate città, oppure la classifica del *Bloom Consulting Country Brand 2022-23* che vede l'Italia al 2° posto dopo la Spagna, **qualche merito va dato anche alle oltre 300 mila imprese di Pubblico Esercizio** -e al loro milione circa di collaboratori- **che accolgono con professionalità, rispetto e gentilezza i turisti stranieri e che grazie anche a loro, vi ritornano tantissimi e felici ogni anno.**

“L'Italia è un dono degli Dei. Da amare, da rispettare, da onorare” recita un recente tweet del gladiatore Russell Crowe, **alta considerazione che gli italiani dovrebbero imparare a fare propria.**

La **‘Grande Bellezza’** italiana, infatti, **non ha bisogno di sparate, ma di cure, manutenzioni, investimenti e maggiore rispetto per chi lavora**, sapendo accettare, circoscrivere, giudicare e criticare correttamente anche questi fastidiosi errori.

